

ABSTRAK

Fuotten merupakan rumah produksi alas kaki yang didirikan oleh salah satu pengrajin alas kaki yang terletak di Kawasan Sentra Industri Sepatu Cibaduyut. Berdiri pada tahun 2012 dengan mengawali usaha sebagai produsen alas kaki yang berkolaborasi dengan merek alas kaki ternama. Hingga pada tahun 2022, sejak terjadinya pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan pendapatan secara signifikan. Fuotten mulai membuka merek dan melakukan penjualan sendiri. Dalam prosesnya, Fuotten menghadapi permasalahan pada kurangnya pemahaman dalam bidang pemasaran pada penjualan online, kurangnya pendanaan permodalan yang dimiliki, dan tingginya tingkat persaingan yang dihadapi yang menyebabkan tidak optimalnya tingkat penjualan dan pendapatan yang dihasilkan. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti tentang inovasi model bisnis pada Fuotten agar dapat tetap bertahan dan bersaing di Industri alas kaki menggunakan metode *Business Model Navigator* (BMN), analisis SWOT, dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa model bisnis eksisting Fuotten berdasarkan metode BMN yaitu menggunakan kombinasi pola model bisnis afiliasi, loyalitas pelanggan, digitalisasi, penjualan langsung, dan *E-commerce*. Sedangkan, posisi strategis Fuotten saat ini berdasarkan analisis SWOT berada pada kuadran III, dimana Fuotten perlu meminimalisir kelemahan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada secara optimal. Sedangkan, usulan kombinasi pola model bisnis yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan berdasarkan metode BMN yaitu kombinasi pola model bisnis menjual pengalaman, saling berbagi pendapatan, dan *E-commerce*, dan hasil perhitungan QSPM diketahui pada aspek *Value Propositions*, strategi dengan nilai TAS tertinggi yaitu memanfaatkan peluang sosial media dan *e-commerce* dalam mengoptimalkan konten pemasaran (5,97), sedangkan pada aspek *Revenue Streams* yaitu melakukan diversifikasi pendapatan (2,88), dan pada aspek *value chain* yaitu memanfaatkan program pelatihan dari pemerintah (2,49).

Kata Kunci: Business Model Innovation, *Business Model Navigator*, SWOT Analysis, *Quantitative Strategic Planning Matrix*.